



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEBERAGAMAN PRODUK DAN
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN
SURYA BARU DI KOTA PATI**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh:

YUWANA

201411104

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2018**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEBERAGMAN PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN SURYA BARU DI KOTA PATI

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 01 September 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



(Agung Subono, SE.,M.Si)
NIDN. 0520017602



(Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, Spd. MM.)
NIDN. 0026065516

Mengetahui,

Dekan,

Pembimbing II



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs.,MM)
NIDN. 0618066201

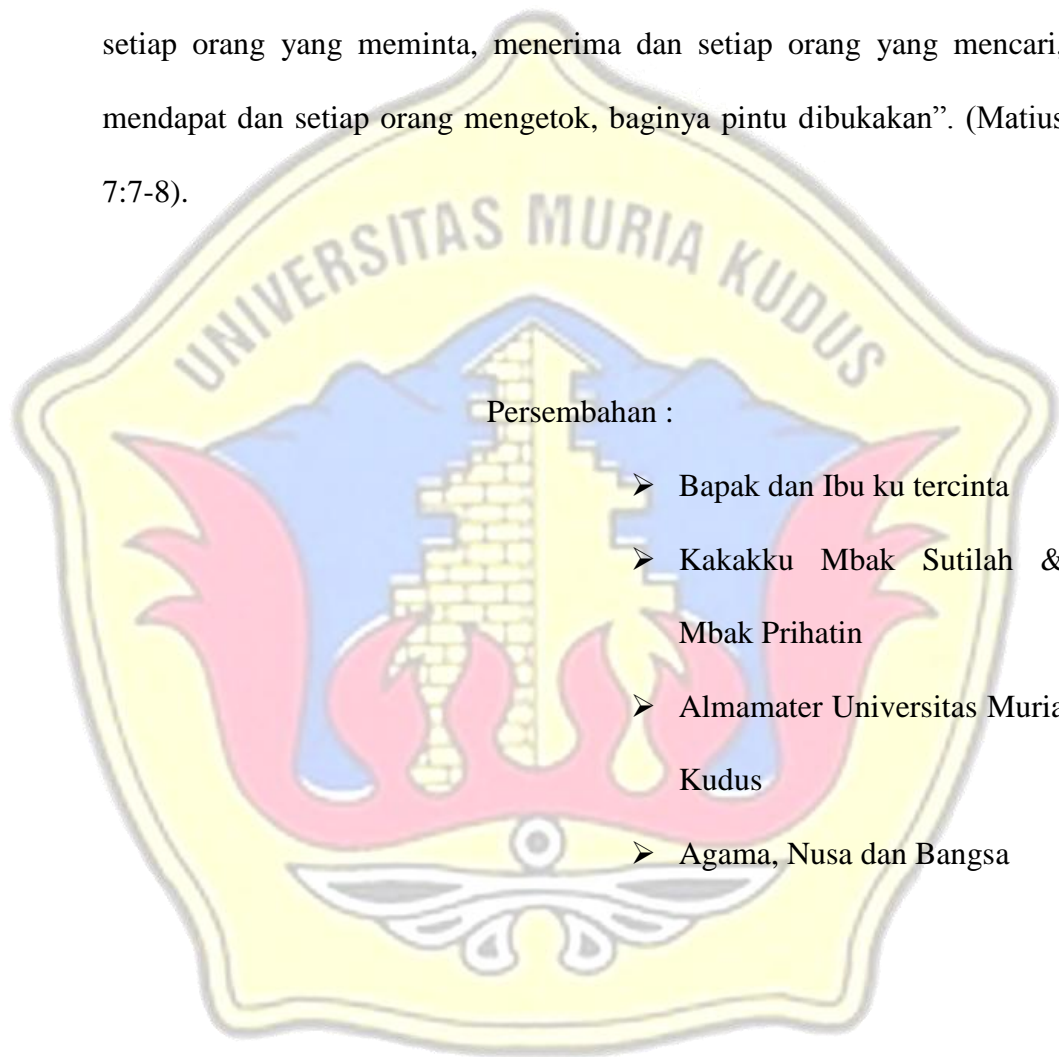


(Dr. Drs. Muhammad Zainuri, MM)
NIDN. 0615076301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- “Mintalah, maka kamu akan diberikan kepadamu; carilah, maka kamu akan mendapat; ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu. Karena setiap orang yang meminta, menerima dan setiap orang yang mencari, mendapat dan setiap orang mengetok, baginya pintu dibukakan”. (Matius 7:7-8).



Persembahan :

- Bapak dan Ibu ku tercinta
- Kakakku Mbak Sutilah & Mbak Prihatin
- Almamater Universitas Muria Kudus
- Agama, Nusa dan Bangsa

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat, karunia, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tetap pada waktunya. Dalam penulisan skripsi ini penulis mengambil judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEBERAGAMAN PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN SURYA BARU DI KOTA PATI”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dibuat atas arahan, masukan, bimbingan, serta petunjuk dari semua pihak baik dari rekan-rekan mahasiswa, dosen pembimbing, maupun dari instansi yang telah bekerjasama atas terselesainya skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan dan bimbingan kepada penulis. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Agung Subono, SE., M.Si, selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.

3. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, arahan hingga terselesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, arahan hingga terselesaikan penulisan skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
6. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bantuan hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan bantuan serta doa kepada penulis.
8. Kakakku tersayang Mbak Sutilah dan Mbak Prihatin yang memberikan bantuan, semangat dan serta doa untuk menyelesaikan kuliah.
9. Rekan-rekan seangkatan yang selama ini berjuang bersma, mulai dari awal kuliah hingga penyusunan skripsi.
10. Swalayaan Surya Baru Pati yang telah memberikan izin dalam melakukan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih terdapat kekurangan, kesalahan dan kekeliruan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun untuk dapat meningkatkan kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis ini berharap agar skripsi ini dapat bermamfaat bagi kita semua. Amin.

Kudus,

2018

Penulis

Yuwana

NIM. 2014-11-104



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEBERAGAMAN PRODUK DAN
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN
SURYA BARU DI KOTA PATI**

YUWANA

NIM. 2014-11-104

Pembimbing 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, Spd, MM.

2. Dr. Drs. Muhammad Zainuri, MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, keberagaman produk dan pelayanan secara berganda terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Surya Baru di kota Pati. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung dari Swalayan Surya Baru di Kota Pati. Metode penarikan sampel yang digunakan yaitu *random sampling* yakni pengambilan secara acak tanpa memandang status yang ada dalam populasi dengan jumlah sampel 98 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang kemudian diolah dengan analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) secara parsial persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Surya Baru di kota Pati yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{table}$ ($5,083 > 1,986$). b) Secara parsial keberagaman produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Surya Baru di kota Pati yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{table}$ ($3,935 > 1,986$). c) secara parsial pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Surya Baru di kota Pati yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{table}$ ($3,339 > 1,986$). Secara simultan persepsi harga, keberagaman produk dan pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Surya Baru di kota Pati yang ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($34,906 > 2,701$).

Kata Kunci : Persepsi Harga, Keberagaman Produk, Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

**EFFECT OF PRICE PERCEPTION, DIVERSITY OF PRODUCTS AND
SERVICES TO SUPERMARKETS SURYA BARU CUSTOMER
LOYALTY IN PATI**

Yuwana

NIM. 2014-11-104

preceptor 1.Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, Spd, MM.
2. Dr. Drs. Muhammad ZAINURI, MM.

MURIA KUDUS UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT COURSE

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of price perception, diversity in multiple products and services to customer loyalty Supermarkets Surya Baru Pati city. The population of this experiment is all visitors of Supermarkets Surya Baru in Kota Pati. Sampling method used is random sampling that is a random number regardless of the status of existing in a population with a sample of 98 respondents. Data was collected by using a questionnaire which is then processed by multiple linear regression analysis using SPSS.

The results show that: a) partially the perception of price has a positive and significant influence on the loyalty of Surya Baru Supermarkets in Pati city which is indicated by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($5,083 > 1,986$). b) Partially the diversity of products has a positive and significant influence on the loyalty of Surya Baru Supermarkets in the city of Pati which is shown by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($3,935 > 1,986$). c) partially the service has a positive and significant effect on the loyalty of Surya Baru Supermarkets in the city of Pati which is indicated by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($3,339 > 1,986$). Simultaneously price perception, product and service diversity has a positive and significant influence on the loyalty of Surya Baru Supermarkets in Pati city which is indicated by $F_{count} > F_{table}$ ($34,906 > 2,701$).

Keywords: Perceptions of Price, Product Diversity, Service and Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Mamfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.3 Persepsi Harga.....	10
2.4 Keberagaman Produk	14
2.5 Pelayanan	17
2.6 Loyalitas Pelanggan	22

2.7 Pengaruh Antar Variabel	25
2.8 Penelitian Terdahulu	28
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis	34
2.10 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Sumber Data Penelitian.....	37
3.2 Variabel Penelitian	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	40
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.5 Pengumpulan Data	42
3.6 Pengolahan Data.....	43
3.7 Uji Instrumen.....	44
3.7.1 Uji Validitas	44
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	45
3.8 Analisis Data	47
3.8.1 Analisis Deskriptif	47
3.8.2 Analisis Kuantitatif	47
3.8.3 Analisis Regresi.....	47
3.8.4 Uji Hipotesis.....	48
3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2)	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum	51

4.2 Hasil Penelitian	52
4.3 Analisis Kuantitatif.....	59
4.4 Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	



DAFTAR TABEL

Halaman

4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.4 Tanggapan Responden tentang Persepsi Harga (X1).....	55
4.5 Tanggapan Responden tentang Keberagaman Produk (X2)	56
4.6 Tanggapan Responden tentang Pelayanan (X3)	57
4.7 Tanggapan Responden tentang Loyalitas Pelanggan (Y)	59
4.8 Hasil Pengujian Vaaliditas Variabel Penelitian	60
4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas	61
4.10 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	62
4.11 Uji Multikolinieritas.....	64
4.12 Uji Normalitas	64
4.13 Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.14 Hasil Analisis Uji t (Parsial)	68
4.15 Hasil Uji F.....	69
4.16 Hasil Uji Determinasi.....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	34
4.1 Uji Normalitas.....	65
4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	66

